

ESV

Recht des Adresshandels

Von

Dr. Martin Bahr
Rechtsanwalt

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
ESV.info/9783503130603

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 13060 3

eBook: ISBN 978 3 503 13061 0

Alle Rechte vorbehalten.

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2011

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US-Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Satz: Tozman Satz & Grafik, Berlin

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Vorwort

Datenschutzrecht wird in aller Regel als Teil des Verbraucherschutzes verstanden; als ein Abwehrrecht des einzelnen Betroffenen gegen das unbesiegt erscheinende Datenmonster. Sämtliche auf dem Markt befindlichen Bücher, die sich ansatzweise mit dem gewerblichen Adresshandel beschäftigen, stellen stets das enorme Gefahrenpotential dieses Bereichs heraus. Am Horizont wird die unendlich gefährliche Datenkrake heraufbeschworen, die uns alle in die teuflischen Tiefen des Direktmarketings hinabziehen will. In eine neue, unschöne Welt der bösen Dateninformationen.

Dieses Buch ist bewusst anders konzipiert. Als Zielgruppe hat es einzig den Unternehmer, der sich im gewerblichen Adresshandel bewegt, im Auge; sei es nun als Verkäufer, Käufer oder Nutzer von Adressdaten. Verbraucherrechte werden in diesem Buch lediglich an der Stelle erörtert, wo sie für den Unternehmer von Bedeutung sind. Der vorliegende Band soll als Leitfaden dienen, um die oftmals unklaren und widersprüchlichen Regelungen im Bereich des Datenschutzes und Direktmarketings zu meistern.

Der Autor hat viel Wert darauf gelegt, dass dieses Buch dem Leser in der Praxis weiterhilft. Auf langatmige Theorienstreitigkeiten wurde verzichtet. Weiterführende Angaben, Urteile und Aufsätze findet der interessierte Leser, der ein Thema vertiefen will, in den Fußnoten. In mehr als 90 Beispielen und annähernd 70 Praxis-Ratschlägen werden dem Unternehmer Tipps und Tricks des geschäftlichen Alltags vermittelt. Umfangreiche Checklisten und sonstige Anlagen runden das Buch ab.

Die Checklisten und weitere Informationen finden Sie auch online unter <http://www.Gewerblicher-Adresshandel.de>. Der Autor freut sich über Lob, Kritik und Verbesserungsvorschläge: Bahr@Dr-Bahr.com.

Sach- und Rechtsstand dieses Buchs ist März 2011.

Hamburg, im März 2011

Dr. Martin Bahr

Inhaltsverzeichnis

	Seite	Randnr.
Vorwort	5	
Abkürzungsverzeichnis	15	
I. Einleitung	19	1
II. Vorbemerkung: Die verfassungsrechtlich geschützte Position des Adresshändlers	21	9
III. Überblick über Begrifflichkeiten und Definitionen	23	16
1. Begriff der personenbezogenen Daten	23	17
1.1 Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse	23	18
1.2 Bestimmt oder bestimmbar	24	21
1.3 Natürliche Person	25	26
2. Schutzwürdige Interessen	26	32
3. Adresshändler	28	42
4. Adressverlag	28	45
5. Listbroker	29	47
6. Auskunftfei	29	48
7. Lettershop	30	52
8. Fulfillment-Service	30	53
9. Geschäftsbeziehungen aller Beteiligten	30	54
9.1 Direkte Geschäftsbeziehung zwischen Adresshändler und Werbendem	31	57
9.2 Listbroker-Variante	31	59
9.3 Lettershop- / Fulfillment-Variante	32	63
IV. Die wirtschaftliche Bedeutung des Adresshandels	33	66
V. Die Pflichten des Adresshändlers	35	75
1. Allgemeine Pflichten des Adresshändlers	35	75
1.1 Bestellung eines Datenschutzbeauftragten	35	76
1.1.1 Pflicht zur Bestellung	35	76
1.1.2 Die Person des Datenschutzbeauftragten	35	78
1.1.3 Die Form der Bestellung	36	81
1.1.4 Abberufung	36	83
1.1.5 Betrieblicher und externer Datenschutzbeauftragter	36	84
1.1.6 Rechtsfolgen bei Verstoß	37	87
1.2 Verfahrensverzeichnis	38	90
1.3 Auftragsdatenverwaltung	39	97
1.4 Kontrollpflichten	41	109

		Seite	Randnr.
1.5	Meldepflichten	42	118
2.	Spezielle Verpflichtungen gegenüber dem Betroffenen	43	125
2.1	Pflicht zur Auskunft	44	128
2.1.1	Anwendungsbereich	44	129
2.1.2	Maßnahmen zur Identifizierung	44	131
2.1.3	Inhalt und Umfang der Auskunftspflicht	45	136
2.1.4	Form der Auskunft.	46	141
2.1.5	Ausnahmen von der Auskunftspflicht.	47	149
2.1.5.1	Geschäftsgeheimnis	47	151
2.1.5.2	Missbräuchliches Verhalten des Auskunftsberechtigten	48	155
2.1.5.3	Unverhältnismäßiger Aufwand	48	158
2.1.5.4	Geheimhaltungsbedürftige Daten.	49	160
2.1.5.5	Daten aus allgemein zugänglichen Quellen.	49	164
2.1.5.6	Erhebliche Gefährdung der Geschäftszwecke	50	167
2.1.5.7	Inhalt der Nachricht im Fall der Auskunftsverweigerung	50	168
2.1.6	Beweislast.	50	171
2.1.7	Rechtsfolgen bei Verstoß	51	174
2.2	Benachrichtigungspflichten	51	177
2.2.1	Grundsatz	51	177
2.2.2	Ausnahmen	51	178
2.2.2.1	Anderweitige Kenntnis.	51	180
2.2.2.2	Unverhältnismäßiger Aufwand	52	184
2.2.2.3	Geheimhaltungsbedürftige Daten.	52	185
2.2.2.4	Daten aus allgemein zugänglichen Quellen / Listendaten	52	186
2.2.3	Rechtsfolgen bei Verstoß	52	187
2.3	Hinweispflichten	53	188
2.4	Pflicht zur Berichtigung	53	191
2.4.1	Der Begriff der Unrichtigkeit	53	192
2.4.2	Frist zur Umsetzung der Berichtigung.	53	193
2.4.3	Benachrichtigungspflicht Dritter	53	194
2.4.4	Rechtsfolgen bei Verstoß	54	196
2.5	Pflicht zur Löschung	54	198
2.5.1	Löschungsgründe	54	198
2.5.2	Umfang der Löschung	55	204
2.5.3	Benachrichtigungspflicht Dritter	56	205a
2.5.4	Rechtsfolgen bei Verstoß.	56	206
2.6	Pflicht zur Sperrung	56	208
2.6.1	Sperrungsgründe	57	211
2.6.1.1	Bestehen konkreter Aufbewahrungspflichten	57	212
2.6.1.2	Schutzwürdige Interessen des Betroffenen.	58	215
2.6.1.3	Unverhältnismäßiger Aufwand	58	218
2.6.1.4	Richtigkeit der gespeicherten Daten unklar	58	219
2.6.2	Frist zur Umsetzung der Sperrung	59	220
2.6.3	Benachrichtigungspflicht Dritter	59	221
2.6.4	Wirkung der Sperrung	59	222
2.6.4.1	Grundsatz	59	222
2.6.4.2	Ausnahme: Bestehen einer Beweisnot.	59	223

	Seite	Randnr.
2.6.5	Rechtsfolgen bei Verstoß	60 225
2.7	Schadensersatzpflicht	60 227
2.7.1	Voraussetzungen.	60 228
2.7.1.1	Verletzung einer Datenschutznorm.	60 229
2.7.1.2	Schuldhaftes Handeln	61 232
2.7.2	Beweislast.	61 235
2.7.3	Rechtsfolge: Schadensersatz	61 236
VI.	Die Erhebung von Daten.	65 241
1.	Erhebung direkt beim Kunden: Die Einwilligung.	65 242
1.1	Vorbemerkung: Die eierlegende Wollmilchsau	65 243
1.2	Die zwei Ebenen der Einwilligung: Datenschutzrecht und Wettbewerbsrecht	66 247
1.2.1	Die datenschutzrechtliche Einwilligung	66 251
1.2.1.1	Freiwilligkeit	66 252
1.2.1.2	Schriftlich	68 257
1.2.1.2.1	Grundsatz: Schriftform	68 257
(1)	Der Regelfall	68 257
(2)	Unwirksamkeit bei Nichteinhaltung?	69 263
(3)	Zeitraumen der Bestätigung	70 271
1.2.1.2.2	Ausnahme: Elektronische Variante	70 273
1.2.1.3	Hinreichende Bestimmtheit	71 277
1.2.1.3.1	Sachliche Reichweite	71 278
(1)	Art des Werbemediums	71 278
(2)	Werbereich	72 281
1.2.1.3.2	Persönliche Reichweite	75 297
1.2.1.4	Transparenz	76 301
1.2.1.4.1	Räumliche Trennung von anderen Bestimmungen?	76 302
1.2.1.4.2	Eigenständige Zustimmungshandlung?	77 305
1.2.1.5	Zeitpunkt.	78 309
1.2.1.6	Dauer	78 311
1.2.1.7	Geschäftsfähigkeit	80 325
1.2.1.8	Widerruf	81 328
1.2.1.8.1	Grundsatz: Widerruf möglich.	81 328
1.2.1.8.2	Ausnahme: Kein Widerruf möglich	81 332
(1)	Vertragliche Vereinbarung	81 333
1.2.1.9	Beweisbarkeit	82 338
1.2.1.9.1	Beweislast	82 338
1.2.1.9.2	Beweismittel	83 339
1.2.1.9.3	Dokumentation	83 342
(1)	Zeitdauer	83 342
(2)	Mindestinhalt der Dokumentation	84 347
(3)	Anforderungen bei rein postalischer Einwilligung.	85 353
(4)	Anforderungen bei mündlich erteilter Einwilligung	86 361
(5)	Anforderungen an elektronisch erteilte Einwilligungen.	88 369
1.2.2	Die wettbewerbsrechtliche Einwilligung.	89 377
1.2.2.1	Freiwilligkeit: Problemfall Kopplung	89 379

	Seite	Randnr.
1.2.2.2	Schriftform	90 384
1.2.2.3	Opt-In und Opt-Out	92 390
1.2.2.3.1	Ausdrückliche Zustimmungserklärung	92 390
1.2.2.3.2	Konkreter Wortlaut	93 395
1.2.2.3.3	Werbung per Brief-Post	94 396
(1)	Grundsatz: Zulässigkeit postalischer Werbung	94 396
(2)	Ausnahme: Postalische Werbung unzulässig	94 397
1.2.2.3.4	Werbung per Telefon	95 405
(1)	Werbung nur mit Einwilligung	95 405
(2)	Ausdrückliche Einwilligung bei Verbrauchern	95 406
(3)	Konkludente / Mutmaßliche Einwilligung bei Unternehmern	98 417
(4)	Verschärfung des Rechtsproblems durch das Gesetz zur Bekämpfung unlauterer Telefonwerbung	100 426
1.2.2.3.5	Werbung per Fax	101 433
1.2.2.3.6	Werbung per elektronischer Post (E-Mail, SMS, MMS)	102 439
(1)	Grundsatz	102 439
(2)	Ausnahme: Vertragliche Geschäftsbeziehung	103 440
(a)	Verkaufszusammenhang	104 442
(b)	Bewerbung eigener ähnlicher Waren oder Dienstleistungen	105 450
(c)	Kein Widerspruch des Kunden	106 454
(d)	Einhaltung der Hinweispflichten	106 455
2.	Erhebung mittelbar: Erlaubnisnormen	107 458
2.1	Unterscheidung zwischen § 28 und § 29 BDSG	107 458
2.2	Anmerkung: Grundlegende Rechtsunsicherheit	107 463
2.3	Erhebung für fremde Zwecke (§ 29 BDSG)	110 477
2.3.1	Kein schutzwürdiges Interesse (§ 29 Abs. 1 Nr. 1 BDSG)	111 479
2.3.1.1	Anwendungsbereich: Zum Zweck der Übermittlung	111 479
2.3.1.1.1	Adresshandel	111 481
2.3.1.1.2	Auskunfteien	112 484
2.3.1.1.3	Werbung	112 487
2.3.1.1.4	Auffangtatbestand: Jede sonstige Form der geschäftsmäßigen Übermittlung	113 493
2.3.1.2	Schutzwürdige Interessen	114 495
2.3.2	Daten aus allgemein zugänglichen Quellen (§ 29 Abs. 1 Nr. 2 BDSG)	114 497
2.3.2.1	Das Merkmal „allgemein zugänglich“	114 498
2.3.2.2	Einschränkung: Schutzwürdige Interessen	115 504
2.3.2.3	Achtung: Urheberrecht beachten!	116 507
2.3.2.4	Überblick über die gängigsten allgemeinen Datenquellen	117 515
2.3.2.4.1	Gewerberegister	117 516
2.3.2.4.2	Grundbuchordnung	117 520
2.3.2.4.3	Handelsregister	118 523
2.3.2.4.4	Handwerksrolle	118 525
2.3.2.4.5	Industrie- und Handelskammer	118 528
2.3.2.4.6	Insolvenzverzeichnis	119 529
2.3.2.4.7	Melderegister	119 531
2.3.2.4.8	Schuldnerverzeichnis	120 539

	Seite	Randnr.
2.3.2.4.9 Vereinsregister	121	541
2.3.2.4.10 GEZ.	121	543
2.3.3 Listendaten.	121	544
2.3.3.1 Streichung des Listenprivilegs.	121	544
2.3.3.2 Das neue Listendaten-Privileg.	121	546
2.3.3.2.1 Daten aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen.	122	551
2.3.3.2.2 Im B2B-Bereich für die berufliche Tätigkeit	123	556
2.3.3.2.3 Spendensammlungen	124	560
2.3.3.2.4 Einschränkung: Keine schutzwürdigen Interessen.	124	561
2.3.3.3 Fremdwerbung	124	562
2.3.3.3.1 Anwendungsbereich	124	562
2.3.3.3.2 Transparente Nutzung oder: Die „Beate Uhse“-Problematik.	125	567
2.3.3.4 Aufnahme in elektronische oder gedruckte Verzeichnisse	127	579
2.3.3.4.1 Anwendungsbereich	127	580
2.3.3.4.2 Einfacher Wille des Betroffenen ausreichend	127	583
2.3.3.5 Datenerhebung in anonymisierter Form (§ 30 BDSG)	127	585
2.3.3.6 Markt- und Meinungsforschung (§ 30 a BDSG)	128	590
2.3.3.7 Bonitätsauskünfte	129	596
2.3.3.8 Erhebung von besonderen Arten personenbezogener Daten	129	600
2.4 Erhebung für eigene Zwecke (§ 28 BDSG)	130	604
2.4.1 Bei Durchführung eines Vertrags	130	606
2.4.2 Zur Wahrung berechtigter Interessen	131	614
2.4.3 Bei Daten aus allgemein zugänglichen Quellen.	132	617
2.4.4 Bei Listendaten	132	618
2.5 Übergangsvorschrift für Adressbestände vor dem 01.09.2009.	132	619
2.5.1 Sachliche Reichweite der Übergangsvorschrift	132	619
2.5.2 Wann sind alte Adressdaten alt?	133	626
3. Haftung	134	630
3.1 Strafrechtliche Haftung	134	631
3.1.1 Verstöße gegen das BDSG	134	632
3.1.1.1 Grundsatz: Bloße Ordnungswidrigkeit	134	632
3.1.1.2 Ausnahme: Straftaten	135	634
3.1.1.2.1 Gegen Entgelt	135	636
3.1.1.2.2 Bereicherungsabsicht	135	638
3.1.1.2.3 Schädigungsabsicht	135	640
3.1.1.3 Ein Blick in die Praxis	136	642
3.1.2 Verstöße gegen Normen außerhalb des BDSG	137	646
3.1.2.1 Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	137	647
3.1.2.2 Unerlaubte Telefonanrufe	138	653
3.1.2.3 Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes.	138	657
3.1.2.4 Verletzung von Privatgeheimnissen.	139	662
3.2 Zivilrechtliche Haftung	139	665
3.2.1 Verletzung von wettbewerbsrechtlichen Normen	139	666
3.2.1.1 Anspruchsberechtigter Personenkreis	139	666
3.2.1.2 Haftungsumfang	140	668
3.2.1.3 Haftung auch für Handlungen Dritter	140	669
3.2.2 Verletzungen von datenschutzrechtlichen Normen	141	676

		Seite	Randnr.
3.2.2.1	Ansprüche nach dem UKlaG	142	679
3.2.2.2	Ansprüche nach dem UWG	142	681
3.2.2.3	Konsequenzen für die Praxis	143	683
4.	Prozessuale Besonderheiten.	143	685
4.1	Beweislast.	143	686
4.2	Gerichtliche Zuständigkeit	144	690
4.2.1	Fliegender Gerichtsstand bei Internet-Angelegenheiten	144	690
4.2.2	Sonstige Besonderheiten.	144	693
4.3	Unternehmen im Ausland: Die Rettung?	145	696
VII.	Die Verarbeitung	147	699
1.	Reichweite der Verarbeitung.	147	700
1.1	Grundsatz: Zweckbindung der Daten.	147	702
1.2	Ausnahme: Durchbrechung der Zweckbindung	147	703
1.2.1	Wahrung berechtigter Interessen.	148	706
1.2.2	Bei allgemein zugänglichen Daten	148	708
1.2.3	Einwilligung.	149	710
1.3	Die Rückausnahme?	149	712
2.	Anreicherung von Daten (sog. Veredelung).	150	718
3.	Haftung	151	721
3.1	Strafrechtliche Haftung	151	721
3.2	Zivilrechtliche Haftung	151	722
4.	Prozessuale Besonderheiten	151	723
VIII.	Die Übermittlung von Daten	153	724
1.	Übermittlung.	153	724
1.1	Allgemeine Übermittlung.	153	725
1.1.1	Berechtigtes Interesse des Dritten	153	726
1.1.2	Kein schutzwürdiges Interesse.	154	729
1.1.3	Kein entgegenstehender Wille des Betroffenen	154	730
1.1.4	Kontrollpflichten des Adresshändlers	155	732
1.2	Spezialfall der transparenten Übermittlung	155	733
1.2.1	Listendaten.	155	734
1.2.2	Speicherung	155	735
1.2.3	Transparenz	155	736
1.2.3.1	Erstmalig speichernde Stelle	156	737
1.2.3.2	„Eindeutig hervorgehen“	156	740
2.	Die Vertragsbeziehungen im Überblick.	157	744
2.1	Vertragsbeziehung zwischen Adresshändler und Werbendem	157	746
2.1.1	Welcher Vertragstyp?	157	746
2.1.2	Zeitlicher Umfang der Übertragung	158	755
2.1.3	Vorgefertigte Adressdaten oder individuelle Erstellung?	159	760
2.2	Vertragsbeziehung zwischen Listeigner und Werbendem	160	766
2.3	Vertragsbeziehung zwischen Werbendem und Listbroker	161	773
2.4	Vertragsbeziehung zwischen Listbroker und Listeigner	161	776
2.4.1	Handeln nur im Rahmen der Ermächtigung	162	778
2.4.2	Aufklärungspflichten des Listbrokers?	163	782

	Seite	Randnr.
2.5	Vertragsverhältnis zum Lettershop / Fulfillment-Center.	163 787
3.	Der Adressvertrag.	164 789
3.1	Vertragstyp.	164 789
3.2	Wichtige Punkte eines Adressvertrags.	164 790
3.2.1	Gewährleistung (Haftung des Adresshändlers)	164 791
3.2.1.1	Vorliegen eines Mangels	164 791
3.2.1.1.1	Sach- und Rechtsmangel	164 792
3.2.1.1.2	Absolute Mangelfreiheit oder „kleine Ausreißer“ erlaubt?	165 795
3.2.1.1.3	Fehlen einer besonderen Beschaffenheit, von zugesicherten Eigenschaften und Garantien	166 807
3.2.1.2	Rechtsfolgen eines Mangels	167 810
3.2.1.2.1	Verpflichtung zur Nachlieferung?	167 811
3.2.1.2.2	AGB-rechtliche Auswirkungen	169 817
3.2.1.2.3	Erfolg geschuldet oder nicht?	169 821
3.2.1.3	Gewährleistungsausschluss möglich?	170 824
3.2.1.3.1	Ausschluss der Hauptleistungspflicht	170 825
3.2.1.3.2	Ausschluss von Nebenpflichten	172 832
3.2.2	Schadensersatz (Haftung des Werbenden).	172 833
3.2.2.1	Bei keiner ausdrücklichen Regelung	172 835
3.2.2.2	Bei ausdrücklicher Regelung (Vertragsstrafe)	175 843
3.2.2.2.1	Grundsätzliche Zulässigkeit	175 843
3.2.2.2.2	Höhe der Vertragsstrafe	175 845
3.2.3	Kontrolladressen.	177 856
3.2.3.1	Grundsätzliche rechtliche Zulässigkeit	178 858
3.2.3.2	Ausdrückliche vertragliche Regelung	178 859
3.2.3.3	Beweisrechtliche / Prozessuale Besonderheiten.	178 862
3.2.3.4	Mindestinhalt.	181 874
3.2.4	Umfang der Nutzungsrechte.	181 875
3.2.4.1	Räumlicher Umfang.	182 877
3.2.4.2	Zeitlicher Umfang	182 878
3.2.4.3	Sachlicher Umfang	182 879
3.2.4.4	Bei Fehlen einer ausdrücklichen vertraglichen Bestimmung	183 880
3.2.5	Vergütung / Eigentumsvorbehalt.	183 882
4.	Haftung	184 887
4.1	Strafrechtliche Haftung	184 887
4.2	Zivilrechtliche Haftung	184 889
4.2.1	Mitverantwortlichkeit des Adresshändlers.	184 891
4.2.2	Haftung des Werbenden trotz gutem Glauben?	185 895
5.	Prozessuale Besonderheiten.	187 904
5.1	Beweislast.	187 904
5.2	Formale Klage-Anforderungen	187 905
IX.	Maßnahmen der Aufsichtsbehörde und Abwehrrechte des Adresshändlers.	189 913
1.	Vorbemerkung: Datenschutzverletzungen primär ein PR-Problem . .	189 914
2.	Die Praxis: Alle 39.400 Jahre eine Datenschutzprüfung	189 917
3.	Die Aufsichtsbehörden	190 925

		Seite	Randnr.
3.1	Zuständigkeiten	190	925
3.2	Personelle Ausstattung	192	935
3.3	Befugnisse der Aufsichtsbehörde	193	936
3.3.1	Auskunftsanspruch gegen den Adresshändler	193	937
3.3.1.1	Rechte der Aufsichtsbehörde	193	937
3.3.1.2	Abwehrrechte des Adresshändlers	194	945
3.3.2	Durchsuchungsrecht	195	949
3.3.2.1	Rechte der Aufsichtsbehörde	195	949
3.3.2.1.1	Verhältnismäßigkeit	196	951
3.3.2.1.2	Geschäftsräume	196	953
3.3.2.1.3	Einsicht nur in Geschäftsunterlagen	196	955
3.3.2.1.4	Geschäftszeiten	197	958
3.3.2.2	Abwehrrechte des Adresshändlers	197	959
3.3.3	Abberufung des Datenschutzbeauftragten	198	965
3.3.3.1	Rechte der Aufsichtsbehörde	198	965
3.3.3.2	Abwehrrechte des Adresshändlers	198	966
3.3.4	Sonstige Maßnahmen, insb. Beseitigung und Untersagung	199	967
3.3.4.1	Rechte der Aufsichtsbehörde	199	967
3.3.4.2	Abwehrrechte des Adresshändlers	199	973
3.4	Ablauf der Aufsichtsprüfung in der Praxis	200	978
3.4.1.	Anlassprüfung	200	979
3.4.2	Strukturprüfung	200	981
3.5	Gebühren für Überprüfung	201	983
4.	Das richtige Verhalten des Adresshändlers bei Aufsichtsmaßnahmen	201	984
4.1	Grundsatz: Kooperation statt Konfrontation	202	985
4.2	Der Tag X	202	990
Anhang:		205	
1.	Checkliste Einwilligungserklärung	205	
2.	Checkliste Adressvertrag	207	
3.	Checkliste Kontrolladressen	209	
4.	Rechtsprechung zu Formulierungen bei Einwilligungserklärung	210	
5.	Bundesdatenschutzgesetz in Auszügen	217	
6.	Adressen der Aufsichtsbehörden im Datenschutz	238	
7.	Übersicht über die melderechtliche Regelung in den einzelnen Bundesländern	241	
Literaturverzeichnis.		243	
Stichwortverzeichnis		251	